



## КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ

з освітньої компоненти «Маркетингові дослідження»  
для 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» МБ20 (3,10д)  
(осінній семестр 2023/2024 н. р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
1	07.09.23 14.09.23	Тема 1. Система маркетингових досліджень..	2	проф. Малий В.В.
2	21.09.23 28.09.23	Тема 2. Маркетингова інформація.	2	проф. Малий В.В.
3	05.10.23 12.10.23	Тема 3. Структура й процес маркетингових досліджень	2	проф. Малий В.В.
4	19.10.23 26.10.23	Тема 4. Методи збору й аналізу даних.	2	проф. Малий В.В.
5	02.11.23 09.11.23	Тема 5. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку	2	проф. Малий В.В.
6	16.11.23	Тема 6. Маркетингові дослідження конкурентного середовища, конкурентів	1	проф. Малий В.В.
7	23.11.23	Тема 7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища та конкурентоздатності підприємства.	1	проф. Малий В.В.
8	30.11.23 07.12.23	Тема 8. Маркетингові дослідження поведінки споживачів	2	проф. Малий В.В.
9	14.12.23 21.12.23	Тема 9. Маркетингові дослідження брендів.	2	проф. Малий В.В.
10	11.01.24	Тема 10. Маркетингові дослідження у сфері послуг	2	проф. Малий В.В.
11	11.01.24	Тема 11. Сучасні інформаційні технології та їх використання в маркетингових дослідженнях	1	проф. Малий В.В.
<b>Всього:</b>			<b>19</b>	

Зав. кафедрою ФММ, проф.

Володимир МАЛИЙ



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**  
**з освітньої компоненти «Маркетингові дослідження»**  
 для 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» М620 (3,10д)  
 (осінній семестр 2023/2024 н. р.)

№ з/п	Дата	Тема заняття	Обсяг у годинах, вид заняття	Система оцінювання знань, бали	
				міп	тах
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Теорія маркетингових досліджень</b>					
1	07.09.23	Тема 1. Система маркетингових досліджень..	3 пз	2	4
2	14.09.23	Тема 2. Маркетингова інформація.	3 пз	2	4
3	21.09.23	Тема 3. Структура й процес маркетингових досліджень	3 пз	2	4
4	28.09.23 05.10.23	Тема 4. Методи збору й аналізу даних.	6 пз	2	4
5	12.10.23	<i>Контроль засвоєння ЗМ 1</i>		15	28
<b>Всього за ЗМ 1:</b>				<b>23</b>	<b>44</b>
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Прикладні маркетингові дослідження у фармації</b>					
6	19.10.23 26.10.23	Тема 5. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку	6 пз	2	4
7	02.11.23 09.11.23	Тема 6. Дослідження конкурентного середовища, конкурентів та конкурентоздатності	6 пз	2	4
8	16.11.23 23.11.23	Тема 7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища та конкурентоздатності підприємства	3 пз 2 сем 3 пз	2	4
9	23.11.23 30.11.23	Тема 8. Маркетингові дослідження поведінки споживачів	2 сем 3 пз 2 сем	2	4
10	07.12.23 14.12.23	Тема 9. Маркетингові дослідження брендів.	3 пз 2 сем 3 пз	2	4
11	14.12.23 21.12.23	Тема 10. Маркетингові дослідження у сфері послуг	2 сем 3 пз 2 сем	2	4
12	11.01.24	Тема 11. Сучасні інформаційні технології та їх використання в маркетингових дослідженнях	3 пз 2 сем	2	4
13	18.01.24	<i>Контроль засвоєння ЗМ 2</i>	2 сем	15	28
<b>Всього за ЗМ 2:</b>				<b>29</b>	<b>56</b>
14	18.01.24	<b>Семестровий залік з модуля</b>	4 пз		
<b>Разом:</b>			<b>57/16</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Зав. кафедрою ФММ, проф. \_\_\_\_\_

ІСУ НФаУ

Редакція 0

Володимир МАЛІЙ \_\_\_\_\_

тенья 01.09.2022 р. Стор. 1 із 1